



Gourmelia

Expandiendo los límites del sabor

Marcia es la dueña de Gourmelia, una empresa que comercializa productos gourmet, de belleza, salud y accesorios. La principal característica de los productos es que son 100% naturales. A inicios de 2013, Marcia está muy entusiasmada debido a que la empresa está experimentando un proceso de expansión con la posibilidad de comenzar a vender productos a D&S, lo que supone expectativas positivas y, al mismo tiempo, importantes desafíos. Por tratarse de una industria cuya producción tiene bajos costos una de las principales barreras de entrada es la diferenciación con los productos de la competencia. Al mismo tiempo, para que Gourmelia sea un negocio rentable, es imprescindible tener una alta producción, lo cual requiere una gran inversión de su parte, pero aún no está segura de tomar esta decisión.

“Los productos elaborados por Marcia son de muy buena calidad, naturales y saludables. Sin embargo, sólo realiza publicidad a través de Facebook, además de la presencia que tiene en diferentes tiendas”.

La historia de un sabor gourmet

Marcia tiene 30 años y siempre ha estado interesada por la naturaleza y el cuidado del medioambiente que, sumado a su intención de ganarse la vida de manera independiente, la llevó a crear Gourmelia: una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos gourmet, de belleza, salud y accesorios, totalmente naturales.

Gourmelia tiene como misión el desarrollo de productos totalmente naturales, para personas interesadas en llevar una vida saludable y que estén preocupadas por el

cuidado del medioambiente. Para cumplir con este perfil, en cada etapa seleccionan ingredientes de óptima calidad para que el resultado final sea un producto que le guste al cliente y que sea amigable con el medioambiente, respetando los ciclos estacionales. La empresa de Marcia cuenta con la certificación del SAG de que sus productos son totalmente orgánicos, lo que le permitirá posicionarse en el mercado como una marca preocupada por el ecosistema y por sus aportes a la salud y bienestar de las personas.

Actualmente, los productos Gourmelia se comercializan en diferentes cafeterías y tiendas distribuidoras. Además, próximamente se empezarán a vender en D&S (Supermercados Líder, Ekono, Walmart, entre otros).

Poca difusión de un buen producto

Los productos elaborados por Marcia son de muy buena calidad, naturales y saludables. Sin embargo, sólo realiza publicidad a través de Facebook, además de la presencia que tiene en diferentes tiendas. Es por ello que en la actualidad se encuentra creando un sitio web para su empresa, donde pretende centralizar toda la información, creando un catálogo virtual de productos, precios, lugares de venta, entre otros.

El problema de la diferenciación en un rubro masivo

Una de las principales preocupaciones de Gourmelia es diferenciar sus productos de los múltiples competidores que existen en la industria del té. En este sentido, Marcia entiende que la presentación de los productos es muy importante y se preocupa por ello. Sin embargo, no ha implementado estrategias que faciliten esta tarea como, por ejemplo, tener una imagen de marca propia ni envoltorios a la medida de los productos que comercializa. Esto es de suma importancia, pues otro de los grandes desafíos que deberá enfrentar con la venta de productos a D&S es el aumento de producción. Sin embargo, Gourmelia aún no tiene la capacidad para concretar esta expansión productiva que le ayudaría a mejorar su poder de negociación con sus proveedores y clientes.

Según lo anterior, Gourmelia tiene escaso poder de negociación con D&S, y tampoco tiene muchas posibilidades de negociación con sus proveedores, por el bajo nivel de producción. Considerando lo anterior, Marcia se pregunta cómo gestar este proceso de expansión de la empresa, tomando en cuenta la competencia que existe en la industria y el necesario aumento en la producción.